

〔論文〕

流通政策における商業まちづくり政策の位置づけ¹⁾

濱 満 久

名古屋学院大学商学部

要 旨

本稿の目的は、流通政策の主軸とされる商業まちづくり政策がどのような性質をもち、どのような位置づけにあるといえるのかについて明らかにすることである。そこで、商業まちづくりの視点から流通政策の系譜を概略的に捉え返すことで、政策におけるその起源を明らかにする。また、2000年以降のまちづくり3法を中心に取上げ、その運用実態と2006年の3法改正を振り返る。そこから見出されたことは、商業まちづくり政策とは、伝統的な流通政策とは異なる体系ということである。すなわち、第1に流通政策に外部性の視点を導入していること、第2に実体としての店舗により形成されている街並みといった物的側面を対象としていること、第3にそれはハードの側面をあらためて重視し、それに伴うソフト面との関係を包含しているということである。

キーワード：商業の外部性、都市の非可逆性、まちづくり3法、商店街

Commerce and community development in public policies of distribution

Mitsuhisa HAMA

Faculty of Commerce
Nagoya Gakuin University

1) 本研究は、JSPS 科研費JP 20H01553・JP 21K01772, 私立大学研究ブランディング事業「多世代が交流する社会と新しい福祉商店街形成研究」の助成による成果の一部である。

発行日 2023年3月31日

第1節 はじめに

商業まちづくり政策とは、大ざっぱに言えば商業をまちづくり、すなわち地域との関連で捉えようとする政策である。一方で、従来の流通政策は、いかに生産と消費を効率よくつなげるかといった流通の機能的側面を重視した内容であり、そのための流通近代化という効率的流通の実現を目指すものであった(石原1994)。こうした観点からは、流通の存在意義は効率性だけとなり、商業がコミュニティを形成するなど地域社会と密着した存在だという側面は浮かび上がってこなくなる。しかし、消費者の次元で流通を捉えると、その多くは小売店舗の姿で立ち現れる。実体としての店舗は、地域社会において効率的流通を追求するというだけではない。むしろ、店舗はその物的な側面から、さまざまな姿で街並みや雰囲気を形成し、人々の生活や買い物行動に楽しさや賑わいをもたらしている。こうした生産と消費を効率的につなぐ機能的側面ではない、商業が店舗という物的な側面から地域に何らかの影響をもたらすことを商業の外部性という(石原2006)。

いうまでもなく、外部性とはある主体の存在や行動が市場取引を介さずに、他の主体にプラスあるいはマイナスの影響を及ぼすことをいう。例えば、商店街全体の街並みや賑わいが個別店舗の集客力を超えた多くの消費者を集めることができたり、また逆に、個別店舗がシャッター化すると、そのことによって商店街全体の雰囲気にマイナスの影響を及ぼしたりすることもある。前者のようなプラスの影響を及ぼす外部性を外部経済、後者のようなマイナスの場合を外部不経済ということができる。つまり、以上のことをふまえると商業まちづくり政策とは、地域に対する商業の外部性をふまえたうえで、商業を軸にしたまちづくりを行うための政策として定義できる(渡辺2016, 189頁)。

一方で、流通政策においてこれまで通説とされてきたのは、振興政策と調整政策を二本柱とする田島(1982)による分類である。しかし1990年代の規制緩和以降、調整政策の象徴的存在であった大店法が2000年に廃止されたことで、流通政策の体系が大きく変わったとされる(通商産業政策史編纂委員会編2011, 渡辺2014, 大驛2019)。これ以降、流通政策の主軸は商業まちづくり政策に転換し現在に至る。しかし、現実的にいえば大店法が廃止されたことで、突如としてそれが浮かび上がるわけではない。

振興・調整政策の基本的な目的は効率的な流通、すなわち流通近代化を支えるための二本柱であった。ところが、前述のように商業の外部性をふまえると、そこには現実の地域であったり、物的な店舗を伴った商業が存在したりする。すなわち、具体的な「空間」という軸から商業を捉えることが重要になる。

では、流通政策の主軸とされる商業まちづくり政策はどのような性質をもち、どのような位置づけにあるといえるのだろうか。本稿では、まず流通政策の系譜をあらためて商業まちづくりの視点で概略的に捉え返すことでまちづくり政策の起源を明らかにする。また、2000年以降のまちづくり3法を商業まちづくり政策の中心的なものとして位置づけ、その運用実態と2006年の3法改正を振り返る。そうすることで、あらためてまちづくり政策が流通政策においてどのような位置づけにあるのかを捉え、どのような意義があるのかを明らかにしていきたい。したがって、本稿ではまちづくり3法の運用実態から改正までを捉えるが、それは政策的に評価することが直接的な目的ではなく、あくま

でも流通政策における商業まちづくり政策の位置づけを明らかにすることを目的とする。

第2節 商業まちづくり政策の系譜

1. 商業まちづくり政策の源流

「まちづくり」という用語がいつから用いられたのかについては諸説あるが、戦後に限ってみれば、おおよそ1950年代初頭だとされる（渡辺ほか1997）。当時は第二次世界大戦からの復興の真っただ中にあり、建造物を不燃化することが国家的な課題のひとつであった。従来、日本は伝統的に木造建築が主流であったため、火災に見舞われると、その被害は周辺一帯へと広がってしまう。そうした都市の脆弱性は、度重なる大火の経験や戦争の空襲による被害の大きさから重要課題として認識されていた（初田2011）。

戦災復興の最中にあった都市部の脆弱な建物を不燃化することで、強靱な不燃都市の構築を目指そうとするが、そのために制定されたのが1952年の耐火建築促進法であった。これにより都市中心部に耐火建築物が带状に建設され、多くの中心商店街で、バラック建が近代的な共同商店建築に生まれ変わっていった²⁾。さらに、点や線の視点から面的整備を企図した防災建築街区造成法が1961年に制定された。これらは結果として中心商店街の整備や近代的街並みの形成にもつながることから多くの都市で事業が実施された。

しかし、これらの目的は商店街の活性化を直接的に目指したものではない。すでに述べたように制定当時は戦災復興の最中にあり、建造物の不燃化による災害に対する強靱な都市を構築することが直接の目的であった。ただし不燃化を図るべき地域は、さまざまな都市機能が集中している中心部となりやすい。したがって商店街は、そのような中心部の主要な存在でもあることから、必然的に不燃化の対象とされる。つまり、不燃化の取組みが結果として商店街の街並みを整備することになり、それは意図するしないにかかわらず、いかに地域を形成するかといったまちづくりといえる取組みであった。

以上のことは、たしかに建設省（現在の国土交通省）による都市政策的な取組みであり、流通分野からのまちづくりではなかった。しかし、商業を地域との関連で捉えるという視点から商業まちづくり政策の源流は、流通・商業分野とは異なる都市政策におけるハード整備から見出すことができる（石原・渡辺編2018、高室2019）。

2. 流通政策における地域視点の萌芽

では、流通政策において地域の視点が認識されるようになったのはいつごろからか。戦後日本の経済政策は、製造業の復興が重要課題であったことから、政策的支援も鉄鋼など基幹産業に対して傾斜的に行われていた。したがって、この時期、経済政策として流通分野に関心が向けられることはほとんどなかったといえる（通商産業政策史編纂委員会編2011、149-150頁）。

2) 初期の代表的な商店街に静岡県沼津市の「アーケード名店街」がある（渡辺2018）。

まず、経済政策的な課題として流通分野に関心が向けられるようになるのは高度成長期のころである。1964年に設置された産業構造審議会の流通部会に、流通近代化のためにどのような対策が必要かといった諮問が出されたのが、戦後の本格的な流通政策の始まりとされる³⁾。しかし、この段階では効率的な流通を実現することが課題であり、地域との関連といった商業まちづくりの視点は含まれていなかった(石原2018, 14頁)。

流通政策において、初めて地域の視点が導入されたのは、1970年から始まる商業近代化地域計画事業とされる(石原2011, 渡辺2014)。これは駅前開発でのアーケードやカラー舗装などハード的な施設整備に偏ってはいたが、地域における商業の発展を図るための制度でもあった。したがって、計画の策定過程では、当該の地域をあらためて意識する機会を提供したのも事実であった。

さらに、1983年に発表された「80年代の流通産業ビジョン」では、コミュニティの担い手という社会的有効性の考え方が表明される。また、これに基づいてコミュニティ・マート構想が打ち出され、商店街の自主的なまちづくりを支援する必要性が強調された。この背景には、1982年の商業統計をピークに商店数が減少していたことがあった。すなわち、従来のハード偏重の支援策では商店街の衰退に歯止めがかけられないことを意味し、その反省からソフト面での施策が設けられるようになった。

実際、この時期には行政からの支援を受けながら、地域のまちづくり協定の締結など地域に目を向けた商店街の取組みがみられるようになっており(石原・石井1992, 139-144頁)、その後の街づくり会社制度につながる動きを生んだ⁴⁾。その意味で、この時期、商業まちづくり政策の機運が生まれていたということができらるだろう。

続いて1989年の「90年代の流通ビジョン」では、街づくり会社制度の一層の推進に加えて、ハイ・マート2000構想が打ち出された。これは、商業が消費者の多様化や高度化に対応して、物販だけではなく多様な機能を取込んだ魅力的な新しい集積を目指すものとされた。ここでいう多様な機能とは、飲食に限らずスポーツやレジャーなどのあらゆるサービス施設がイメージされていた。

構想を具体的に引き継いでいるのが、1991年に制定された特定商業集積整備法(以下、特集法)である。特集法の想定する商業集積は、公共施設を官民一体で整備することで都市環境に望ましい商業集積を整備することを目指したものである。しかも、通商産業省(現在の経済産業省)・建設省・自治省(現在の総務省)の共同管轄体制は、行政の縦割りが当たり前の当時では画期的であった。実際の適用事例はそれほど多くなかったが、商業集積の整備をコミュニティ機能も含めて考え⁵⁾、そのことが地域活性化になるということが政策的に明示され、法制化されたことの意義は大きいといえる。

これまでのビジョンを集大成するものとして、「21世紀に向けた流通ビジョン」が1995年に出さ

3) ここでは「流通機構の近代化のために、いかなる対策が必要か」(通商産業政策史編纂委員会編2011, 154頁)との諮問が通商産業大臣から行われた。

4) 街づくり会社制度のモデルとして、埼玉県川越一番街商店街を代表的なものとしてあげることができる(石原・渡辺2018, 15-17頁)。

5) 商業機能とコミュニティ機能を一体的に整備するという視点は先進的であったが、その後の環境変化に対して、コミュニティ施設が現状にそぐわなくなり稼働率が低下する中で、それを維持管理する負担が大きくなってしまった(新島他2016, 2017)。

れた。ここでは流通を効率性という視点だけでなく、消費者と接した社会的な存在であるという2つの側面が両立するものと強調される。それまでのビジョンでは、どちらかといえば経済的効率性と社会的有効性是对立関係にあるものとして捉えられていたことから、両者が併存するということの明示は地域における商業に新たな位置づけをもたらしたといえることができる。

しかし、このころの商店街の多くは、すでに衰退の傾向にあった。それは単に大型店という「外の敵」や、商店街内部の空き店舗といった「内なる敵」だけではなく、小売業の承継を支える商人家族の解体といった「内々の敵」によって疲弊していた(石井1996)。このことは商店街だけにとどまらず、中心市街地の衰退といったより広い問題をもたらすことから、単なる商業振興ではなく、より包括的なタウンマネジメントが必要とされるようになる。すなわち、流通政策において商業まちづくりが政策の主要な軸となり、後のまちづくり3法の成立につながっていくのである。

第3節 商業まちづくり政策の根拠

商業まちづくり政策は、商業を流通の効率性という機能的側面だけで捉えるのではなく、実体として地域を構成する存在として捉える。つまり、従来の経済的効率性だけでなく社会的有効性が重要な側面として求められる。そのためには、流通政策と都市政策の連動という新たな視点が必要になる。特に1990年代以降の規制緩和の流れの中で、振興政策と調整政策の再編が図られることで、それまで潜在的であった商業まちづくり的な視点は明確にその姿をみせることになる。

前節で述べたように、もともと流通政策には商業まちづくり的な視点はなく、1970年の商業近代化地域計画で初めてそれがみられるようになる。その後、流通政策における商業まちづくりの視点は、1980年代のコミュニティ・マート構想と実施主体である街づくり会社制度、さらには1990年代のハイ・マート2000構想と特集法の制定へと連なってきた。特に特集法は、その成果は別にしても、流通政策において商業まちづくりの視点を初めて法制化したものとしても画期的であった。

つまり、流通政策に商店街・中小小売商の振興や大型店の出店規制に経済的視点のみで捉える商業調整ではなく、都市の構成要素としての商業という都市政策的な視点が盛り込まれるようになる。すなわち、流通政策と都市政策を連動させる考え方が、政策の前提とされるようになったのである。

しかし、そもそも流通政策と都市政策を連動させる根拠とは何であるか。以下では、両者を連動する根拠を確認したい。ここでは両者のもつ特性として、都市と商業は相互作用するということ、商業の外部性、都市の非可逆性といった点から確認する(渡辺2016, 189-194頁)。

都市と商業の関係とは、それぞれが独立しているわけではない。都市は政治・経済・文化などのさまざまな都市機能によって構成されている。同様に、商業も真空中に存在しているわけではなく都市という基盤の上に存在しており、それを構成する一要素である。つまり、商業が賑わっている都市には活力があるし、都市に活力があれば商業もさらに活性化する。すなわち、都市と商業には相互に影響を及ぼし合う関係があるということだ。また、このような相乗効果は商業の外部性によって生み出されている。まさに、商業の外部性という特性が両者の相互作用する関係をもたらしているといえることができる。

しかし、当然ながら外部性はプラスとマイナスの側面を併せもっている。都市と商業が双方にプラ

スに作用するのであれば好循環的に相乗効果をもたらすが、反面にはマイナスに作用することで相乗効果の悪循環に陥ることも起こりうるのである。

実際、1990年代以降の郊外型ショッピングセンターの増加や公共施設の郊外化は中心市街地の空洞化をもたらした。また中心地の商店街は、後継者不足や空き店舗問題など内なる敵・内々の敵によって、郊外化という外の敵にうまく対応することができなかった。そうした状況は商店街をシャッター街化して賑わいを失わせるだけでなく治安の悪化など、いよいよ都市の活力を削ぐ悪循環を引き起こした。

たしかに、郊外型ショッピングセンターや公共施設が郊外に移転することは、広い敷地に整備された設備で快適に利用することができる。だからこそ、消費者や利用者が選択した結果だという見方もある。しかし、それによっていったん中心市街地が衰退し都市の活力がなくなると、簡単に元の状態に戻すことが難しくなるという非可逆的な特性をもつ。

なぜなら、都市はさまざまな機能が集中した地域であるが、それは長い時間をかけて蓄積されてきたものだからである。街並み一つをとっても、歴史的雰囲気のあるところにまったく異質の建物ができたり、それまであったものが突然取り壊されたりすれば、一変することは想像に難くない。もちろん、街並みはまったく変化しないわけではないが、それは歴史の流れの中で長い時間をかけた変化の積み重ねであり急激なそれではない。これは物的側面だけでなく、コミュニティにおける人々のつながりにもあてはまる。

以上のことから都市と商業の関係を考えたとき、それは単に経済的効率性だけで捉えるのは不十分であることがわかる。郊外化は、その時点だけであれば効率的といえるが、他方でそれは短期的な視点だけであり、都市に対して長期的に非可逆的な影響をもたらしうる可能性がある。だからこそ、流通政策を経済的効率性だけで考えるのではなく、それが都市にどのような影響を与えるのかまで考慮を巡らす必要がある。すなわち、都市と商業は外部性によって非可逆的な相互作用が起こりうることを理解したうえで、どのような都市を形成するかといった都市政策との連動が必要になるのである。

第4節 商業まちづくり政策としてのまちづくり3法の展開

大店法の廃止は日本の流通政策の主流であった商業調整が幕を閉じる象徴的なできごとであった。1990年代の規制緩和以降、市場における競争を抑制することで調整していた政策から、競争そのものを規制せずに、それが行われる土俵をコントロールするという視点に転換された。そこで新たな体系として確立されたのが、大店立地法・改正都市計画法・中心市街地活性化法（以下、中活法）のまちづくり3法である。これら3法が相互に補完する形で、その後の流通政策を方向づけていくことになる。

本稿では、まちづくり3法それぞれの内容を詳述することはしないが⁶⁾、大店立地法は施設周辺の生活環境保持をチェックし、改正都市計画法はゾーニング的手法で立地を計画的に誘導・規制する。また、中活法が疲弊している中心市街地に政策的資源を集中的に投入することで活性化を目指すものとなっている。以下では、まちづくり3法を商業まちづくり政策の中心的なものとして位置づけ、その

6) まちづくり3法の詳しい内容については、例えば通商産業政策史編纂委員会編（2011）を参照。

運用実態と2006年のまちづくり3法改正を振り返る。そうすることで、流通政策における商業まちづくり政策の位置づけを捉え、その意義について考察する。

1. 大店立地法の展開と意義

(1) 大店立地法の運用実態

大店立地法は1998年に制定され、2000年に施行され、これに伴って、それまでの調整政策で中心的存在であった大店法が廃止された。大店立地法は調整政策の系譜に位置づけられ、名称も大店法と類似していることから、直接的にそれを後継するものだと思われがちである。しかし、大店立地法は出店に際する周辺地域の生活環境保持という視点からのみの調整であり、その中身はまったく異なる。すなわち、生活環境に対するマイナスの外部性をチェックするものであり、その意味では出店していることを前提としている。大店法が出店規制を前提として調整4項目を議論していたことを考えると、たとえ名称が似ていても両者の違いは大きいといえよう。

こうした違いが生まれる背景には、大店法の出店規制が緩和される中で大型店が周辺環境にもたらすマイナスの外部性が、しばしば問題になっていたからである。しかし、大店法はあくまで調整4項目をもって大型店と中小小売商を競争的視点で調整する枠組みであったため、そうした問題に対して有効に対処できなかった。また、こうした問題はすでに述べたように、商業だけではなく地域全体にかかわることであったことから、まちづくりや環境問題といった観点での社会的規制が求められたのだった⁷⁾。なお、出店における立地の適否判断はあくまでも都市計画的な観点から行われるが、この点については後述する。

大店立地法は運用において、対処すべき生活環境も交通・廃棄物・騒音の3要因に限定され、中小小売商の事業機会確保などの商業調整的側面は含まないように徹底されていたことから、出店届出側と審査側が紛糾するような大きな問題はあまり起こらなかった。実際、施行後の2000年から3法見直し前の2005年までに、新增設の届出に対して都道府県から出された勧告は1件のみであった。さらに勧告の前段階の意見については、多くが交通関係と騒音関係についてであり、まちづくりに関するそれ以上の議論までは行われていなかった（渡辺2016, 212頁）。その意味で、大店立地法の運用では、むしろ対象とする枠組みを3要因に絞っているからこそ、まちづくりに関連するより踏み込んだ内容までの議論にいたらなかったといえることができる。

大店立地法単独でみた場合は、大きな問題なく運用されていると捉えることもできるかもしれないが、まちづくり3法という観点からは別の問題が浮かび上がってくる。これまで指摘されてきた3点を確認する（通商産業政策史編纂委員会編2011, 288-291頁, 渡辺2016, 212-213頁）。

7) 中小小売業との調整を意図する枠組みは、ほぼ姿を消したといえる。実際、大店立地法が施行されるのに合わせて多くの自治体で新たな条例・要綱が制定されたが、大店法時代のような需給調整の上乗せ規制はなく、環境問題を中心とするものであった。その意味で、需給調整を中心とした大店法政策を転換するという意図が徹底されていたということがわかる。また、大店立地法の意義は、出店者に環境配慮の重要性を意識させるとともに、法的義務以上のより積極的な企業の社会的責任や社会貢献の認識を広めたことにあるといえる（通商産業政策史編纂委員会編2011, 渡辺2016）。

1点目は、大店立地法による審査が新規出店・増設時のみしかないということである。そのため、審査プロセスにおいて都道府県から出された勧告が、その後も順守されているかをチェックする仕組みになっていない。さらに、出店後の環境変化によって新たに対応すべきことが出てきたとしても、ルール上はそれを出店者に求めることもできない。当然ながら、店舗を取り巻く環境は変化するため、出店時に適切とされていたことがそうでなくなる場合もある。ましてやまちづくりは長い時間をかける取組みであることを考えると、出店後にも何かしらのチェックができるフォローアップの枠組みが必要だと考えられる。

2点目は、大店立地法施行よりも前に出店している店舗の増床の審査を受けることについてである。施行前に出店している店舗は、大店立地法の指針にある基準を満たしていない場合が多くある。その場合、都市中心部やその周辺に立地している店舗は、指針に見合う新たな敷地を取得することが難しいため、増床や改修ができなくなる。本来であれば、出店からの時間経過が進んでいる既存店こそ、周辺環境の変化に適応するための改修などが行われるべきである。しかし、大店立地法の指針が逆に環境保持のための行為を妨げかねない矛盾が生じるのである。

3点目は、大店立地法の指針が結果的に大型店の郊外出店を促進してしまったことである。2点目の内容と関連するが、指針に則って既存店の改修や増床をしようとすると、都市中心部であるほどコストがかかってしまう。不採算店は中心部やその周辺に立地している既存店に集中しており、それにコストがかかるのであれば、そこから退店して新たに郊外へ出店した方が、容易に指針の基準を満たすことができる。そのうえ、新規に出店した方が小売業者としての経済的合理性は高くなる。このことは、商業まちづくり政策という視点から捉えると、大店法時代の規制強化が結果的に郊外化を招いたことと同様の構図をもたらすという意図せざる皮肉な結果を招いたということができる。

(2) 大店立地法の指針見直し

指針の策定時に5年以内の見直しをすべきことが示されていたように、大店立地法の改正自体は行われず、2005年と2007年に2度にわたって指針の見直しが行われた。2005年見直しでは、配慮事項についての技術的な内容を中心に見直しが行われた。例えば、駐車場であれば都市規模や施設面積、主要駅からの距離などから必要な収容台数を算出するが、これを自治体が地域の状況に応じて運用できるようにした。廃棄物の保管場所の必要容量や騒音レベルについても同様である。また深夜営業の拡大に伴い防犯や防災に関する配慮の必要性が盛り込まれた。

2007年見直しは、規制の対象範囲を拡大したことと大型店の地域に及ぼす外部性を考慮した社会的責任に関することである。これまで大店立地法が対象としていたのは物販のみの1000m²以上の店舗であったが、サービス業など複合化が進んでいることをふまえて、一体的に併設されているサービス施設部分も対象に含まれることになった。また、大型店の社会的責任についても、退店した場合の中心市街地への影響が大きいことをふまえて、業界のガイドライン作成などを求めるようになった。

特に、最後にあげた社会的責任の点は重要である。そもそも大店立地法は、出店後の環境を保全するというのが目的である。こうした点は、出店者側が環境問題への配慮が不十分な場合にこそ規制としての意味をもつ。例えば、指針では環境要因の交通に関する点で、駐車場の収容台数を十分に確

保することが求められるが、標的顧客が自動車で来店することを出店者が想定するならば、むしろ駐車場を顧客誘引の手段として積極的に整備しようとするだろう。このような意味で、大店立地法が生活環境保持のために駐車場の収容台数を用いることの「規制」としての意味は小さいといえる。こうしたことは廃棄物や騒音についても、それが出店者の競争手段として活用できるのであれば構図は同じである。

以上のことから、まちづくりという観点からはもはや大型店と中小小売商という対立軸で捉えることにそれほど意味はなくなっていることがわかる。むしろ、大型店も含めて地域における商業として、どのようにまちづくりにかかわっていくかということが重要となっている。だからこそ大型店に対して自主的な社会的責任・社会貢献を求めることにもつながり、その認識を広めたということが意義としてあげられるだろう。

2. 改正都市計画法の展開と大型店規制

(1) 改正都市計画法の運用実態

すでに述べたように、大店立地法は大型店の立地適否の判断をする役割ではなかったといっても、それは大型店の出店が自由になるという意味ではない。これは商業調整からまちづくりの視点に変わったことを意味しており、大型店の立地適否に関しては改正都市計画法⁸⁾が担うことが企図されていた。出店は土地利用のあり方など地区ごとの用途を定めて立地を誘導・規制する都市計画の手法を用いることが意図されていた（通商産業政策史編纂委員会編2011, 275-278, 渡辺2016, 214-220頁）。

改正都市計画法は、都市を都市計画区域、都市計画区域外、準都市計画区域の3つに区分しており、都市計画区域が総合的に整備・開発・保全の必要がある区域とされ、国土全体の約25 %がその区域となる（図1）。基本的には、都市計画区域のうち市街化区域が土地利用などの用途を指定される地

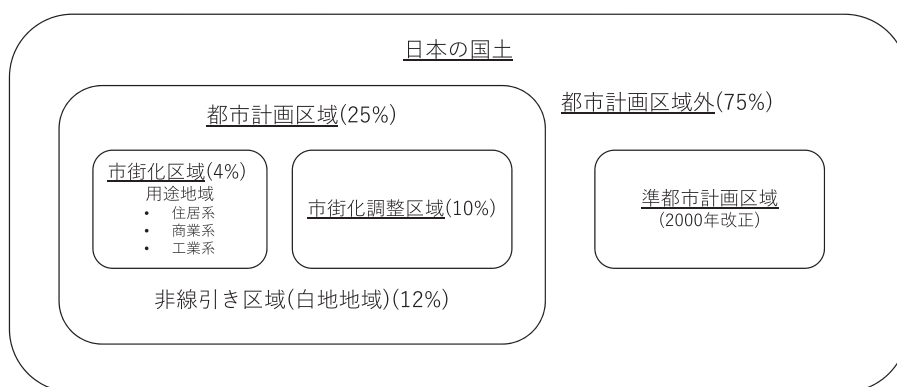


図1 都市計画法による国土の分類

注：区域区分の割合は概数のため合計値が異なるところがある。

出所：渡辺（2016）、214頁、図表7-7を若干の改変

8) 都市計画法は、より柔軟に立地誘導・規制ができるように特別用途地区を自由化するという方向で1998年に都市計画法が改正されたが、2000年の大店立地法が施行されるタイミングでも改正され、そこでは準都市計画区域と特定用途制限地域の制度が導入された。

域である⁹⁾。当時、この用途地域は住宅系・商業系・工業系で12種類¹⁰⁾が設けられていた。また、自由化された特別用途地区制度とは、当該地区の特性にふさわしい目的の実現を図るために既存の用途地域内に上塗りする形で特別用途地区を設けるものである。そのため市町村それぞれの状況に応じて設定できるように限定が撤廃され自由化されたのであった¹¹⁾。

2000年改正で新設された準都市計画区域は、郊外など都市計画区域外にも都市計画法を準用できるようにしたものである。これは無秩序な土地利用に対して、市町村が将来における都市としての整備・開発・保全に支障をきたすと判断した場合に指定することができる。また同時期の改正で新設された特定用途制限地域は、非線引き区域や準都市計画区域に対しても、特別用途地区制度と同様に一定の用途を定めて特定の大規模施設の立地を制限できるようにしたものである。以上、制度としての郊外開発規制は整えられたが、制度は制定されて解決するのではなく、それが実際にどう運用されたかが重要である。以下では、制度が実際にどう運用されたのか実態を確認していく。

まず特別用途地区制度では、2004年時点ではわずか10地区(9市町)のみであった(表1)。本来は、

表1 大型店規制を行う特別用途地区制度の活用状況

市町村	名称	目的	大規模店舗の規制 (床面積)	決定/変更 告示日
茨城県 大洗町	大洗港水産業振興地区	大洗港港湾計画の水産ふ頭地区として土地利用を図りつつ地場産業の振興	水産業関連施設以外を制限	2004/10/25
長野県 岡谷市	水辺体育地区	市民の健康増進、スポーツ振興、および地区の良好な環境の保護	500㎡超	1999/2/10
愛知県 豊田市	浄水学術研究特別用途地区	学術研究にふさわしい業務の利便の増進、周辺の住宅環境との調和	3,000㎡以上	1999/3/31
愛知県 豊田市	浄水国道沿道サービス特別用途地区	国道沿道にふさわしいサービス業務の利便の増進	3,000㎡以上	1999/3/31
愛知県 蒲郡市	医療関連施設特別用途地区	医療関連業務の利便の増進	3,000㎡以上	2000/10/31
愛知県 新城市	新城南部産業振興地区	工業の利便性の増進及び工場従事者の生活に配慮した土地利用の誘導	3,000㎡以上	2002/3/29
大阪府 高槻市	文教・医療地区	地区の学校その他の教育施設及び医療施設等の良好な環境の保護	学校、各種学校、病院、診療所等以外を制限	2004/12/28
福井県 丸岡町	特別情報産業地区	情報通信関連産業の集積	情報関連業務以外の施設を制限	2001/10/1
福岡県 太宰府市	門前町特別用途地区	参拝客等を対象とした産業核としての市街地育成	3,000㎡以上	2000/12/28
福岡県 大刀洗町	西大刀洗草分線沿道南等	沿道業務機能と周辺住環境との調和	3,000㎡以上	2002/2/1

注:10地区(9市町)計128ha,なお特別用途地区全体で569地区,計48,275ha指定されている(2004年3月31日時点)。
出所:国土交通省資料(<https://www.mlit.go.jp/singikai/infra/toushin/images/04/026.pdf>, 閲覧日:2022年12月20日)

- 9) 都市計画区域は、すでに市街化または計画的に市街化していく市街化区域、市街化を抑制する市街化調整区域、用途が定められていない非線引き区域(白地地域)の3つに区分される。
- 10) 2017年の都市緑地法改正に伴って、2018年に田園住居地域が新たな用途地区として創設されたことから、現在は13種類である。
- 11) 改正前の特別用途地区は11種類に限定されていたことから、実際の運用はあまりみられなかったという課題があった。

用途地域は大枠としての区分だからこそ、任意に設定できる特別用途地区で補うことで地域の状況に応じた適切な土地利用を実現することができるはずであったが、少なくとも大型店の出店規制という点からみれば、その制度が有効に活用されたとはいいいがたいのが実態であった。

また、特別用途地区は基本的に用途地域内に設定されるものであるが、郊外部にあたる都市計画区域外では適用することができなかった。その意味で、郊外部での無秩序なスプロール開発に対して無力であった。だからこそ準都市計画区域や、特定用途制限地域が新設されたのであるが、準都市計画区域の活用状況は2005年時点でわずか3例のみであり（表2）、特定用途制限地域の指定状況も12地区にとどまっている（表3）。以上のことから、改正都市計画法による新しい制度は、実態として期待された運用がされたとはいいいがたいものであった。以下では、期待された運用が行われなかった要

表2 準都市計画区域制度の活用状況

都道府県名	市町村名	指定年月日	名称	目的	指定面積
群馬県	前橋市	2004/5/17	宮城準都市計画区域	開発許可対象面積の引き下げ	約142ha
熊本県	玉東町	2004/5/10	玉東準都市計画区域	良好な住宅市街地の誘導	約7ha
静岡県	榛原町	2005/7/20	榛原町準都市計画区域	基盤整備の進捗に伴う、無秩序な開発の進行抑制	約31.1ha

注：2005年7月29日時点

出所：国土交通省資料（<https://www.mlit.go.jp/singikai/infra/toushin/images/04/026.pdf>，閲覧日：2022年12月20日）

表3 特定用途制限地域制度の活用状況

都道府県 市町村		大規模店舗の規制 (床面積)	決定/変更 告示日
岐阜県	美濃加茂市	1,500m ² 超	2005/4/1
	富加町	(沿道以外) 1,500m ² 超	2005/4/1
山口県	宇部市	1,500m ² 超	2004/10/8
香川県	高松市	(沿道以外) 1,500m ² 超	2004/5/17
	丸亀市	(沿道以外) 3,000m ² 超	2004/5/17
	坂出市	—	2004/5/17
	牟礼町	500m ² 超	2004/5/17
	宇多津町	(沿道) 3,000m ² 超 (沿道以外) 1,500m ² 超	2004/5/17
	国分寺町	—	2004/5/17
愛媛県	新居浜市	(市街地周辺) 1,500m ² 超 (田園地域) 3,000m ² 超	2004/5/14
	西条市	(沿道等以外) 3,000m ² 超	2004/5/14
熊本県	荒尾市	1,500m ² 超	2004/5/17

注：12地区 計53,171ha（2005年4月1日時点）

出所：国土交通省資料（<https://www.mlit.go.jp/singikai/infra/toushin/images/04/026.pdf>，
閲覧日：2022年12月20日）

因について4点に整理する（横内2006, 6-7頁）。

1点目は、そもそもの立地規制が緩いという点がある。現行では3000m²超の大型店であっても商業系以外の用途地域に出店可能であり（表4）、実際にまちづくり3法成立以降もそうした地域区分への出店が増加した。また、本来であれば開発を抑制すべき市街化調整区域も20ha以上の大規模開発で計画的な市街化を図るうえで支障がないと判断される場合は、例外的に大型店の出店が許可される。さらに準都市計画区域についても、都市計画区域外の農地に設定しないことが原則とされているため、他の用途（例えば大型店の出店など）に農地転用される場合は都市計画の観点から規制がかからなくなってしまう。このように、一見すると都市計画法で区分されているようでありながら、実際は緩やかな区分であり例外とされる抜け道も多くあることから、適切な立地誘導ができるものではなかった。

2点目は、特別用途地区の設定において地域内のコンセンサスが難しいことから、結果的に自治体独自の運用ができないことである。これは特定用途制限地域制度にもあてはまる。両者とも何かしらの意味で土地利用の用途を設定するものであるが、それは同時に地価に影響を及ぼしうるなど私権にも影響をもたらす。そのため本来であれば地域の実情に柔軟に対応できる制度であるはずが、実際の活用状況が少数にとどまったのはこういった事情によるものであった。

3点目は、広域調整が困難であったことである。都市計画法に基づく土地利用規制は市町村単位で行われることから、周辺市町村が行う土地利用の影響を相互に調整することができない。実際、大型店の立地を規制しても周辺市町村がそれに関係なく立地してしまうと、立地規制を行った市町村の小

表4 都市計画区域における大型店等立地規制

			現行	2006年改正	
			床面積 3,000㎡超	3,000㎡超 10,000㎡以下	10,000 ㎡超
都 市 計 画 区 域	用 途 地 域	商業地域，近隣商業地域	○	○	○
		準工業地域	○	○	△
		工業地域	○	○	×
		第二種住居地域，準住居地域	○	○	×
		第一種・二種低層住居専用地域，第一種・二種中高層住居専用地域，第一種住居地域，田園住居地域	×	×	×
		工業専用地域	×	×	×
	市街化調整区域		△	×	×
	非線引き白地地域		○	○	×
都市計画区域外			一部の農地には，運用上，準都市計画区域を設定していない。	農地を含め，必要な区域には広く準都市計画区域を設定できるようにする。	

注：田園住居地域は2017年の都市緑地法改正に伴って2018年に創設された用途地域である。

出所：『日経流通新聞』2005年12月23日，荒木(2005)78-82頁，渡辺（2016）244頁，図表8-2をもとに作成。

売販売総額が低下するといった影響が生じることもあった。周辺自治体が意見を述べることもできず、都道府県が調整を行う仕組みも設けられていなかった。

4点目は、公共公益施設に係る開発許可の適用除外があげられる。都市計画区域内又は準都市計画区域内において、社会福祉施設、医療施設、学校、公民館、その他公益上必要な建築を行う場合は開発許可が不要となる。これらは開発許可が不要とされるため、地価の安い市街化調整区域等に立地することも多い。このような施設は、公益・私益にかかわらず現実として高い集客力を有することから、結果的に店舗や住居、来街者の郊外化をもたらしてしまうことになる。

(2) 2006年の都市計画法の改正

以上のことから、改正都市計画法は2006年にあらためて改正されることになる。次の3点が改正のポイントとなる（横内2006、9-10頁、渡辺2016、243-245頁）。第1に立地規制の厳格化である。具体的には10,000m²超の大規模集客施設が立地可能なのは、原則として用途地域のうち商業地域・近隣商業地域・準工業地域の3つのみとなった（表4）。また準工業地域については、三大都市圏と政令指定都市を除く地方都市での大規模集客施設を原則規制することになっている。非線引きの白地地域や準都市計画区域内で用途地域が定められていない地域も原則立地できないものとなった。このように、今回の改正前まで6つの用途地域に立地可能であったことと比較すると、大規模集客施設の立地に対する規制が大幅に強化されていることがわかる。

第2は開発許可制度等の見直しである。既述のように、20ha以上の計画的な大規模開発であれば市街化調整区域への大型店の立地が許可されていたが、こうした特例が原則禁止となった。また、学校や病院等の公共公益施設についても、開発許可を必要とするものとして適用除外の見直しが行われた。さらに、農地など都市計画区域外の取扱いも見直しが進められ、農業関係の規制と連携させて広く準都市計画区域が設定できるようになった。

第3は広域調整の仕組みが整備されたことである。これは、都道府県が広域的な観点から立地調整をして望ましい土地利用を実現できるような仕組みに整備された。具体的には、市町村が用途地域の変更等を行う場合、都道府県知事の同意が必要となる。さらに、その際には影響を受ける他の市町村の意見を求めることが可能となった。また準都市計画区域の指定権者が市町村から都道府県に変更された。これによって、都市計画区域外での無秩序な土地利用を防止する準都市計画区域を、広域的視点から設定することが可能となった。

以上、この改正では10,000m²超の大規模集客施設の立地制限が厳格化されたことがもっとも大きな変化であった。しかし、これを実効あるものにするためには、広域調整の仕組みが整備されなくてはならない。というのは、自治体が単独でどれだけ立地調整を行ったとしても、周辺自治体の立地状況が及ぼす影響から免れることはできないからである。たとえ行政単位が分かれていたとしても、人の移動が基本的に自由である限り物理的に統制することはできない。

従来の日本における都市計画法は、まさにこうした自治体間で調整できないことが問題の1つとして指摘されてきた。その意味で、この改正では都道府県知事に調整の権限が与えられたり、周辺市町村の意見を聞くことができたりすることは、まちづくりという点から大きな前進であったということ

ができる。

3. 中心市街地活性化法の展開と拡大

(1) 中活法の運用実態

中活法は流通政策の系譜でいえば、まちづくり3法の他の法律とは異なり振興政策に分類される。中活法が制定された1998年はバブル崩壊による景気後退だけでなく、大型店の郊外化による中心市街地の空洞化も深刻な問題となっていた時期である。また、このような中心市街地の衰退は日本だけの問題ではなく欧米諸国にも共通した現象であり、中心市街地を活性化するためのさまざまな施策が行われるようになっていた。その意味で、日本においてもまちづくりの問題として中心市街地活性化の施策を展開することは世界的な潮流でもあった¹²⁾。そうした中、政府は中心市街地活性化についての基本的な考え方として、中心市街地は都市の顔ともいえるべき重要な地域であり、自治体の自主性を生かした総合的なまちづくりの拠点として再構築を図るべきことを示した（通商産業政策史編纂委員会編2011, 263頁）。その基本的なねらいは、中心市街地に政策的資源を集中することで活性化を実現しようとするものだった。

中活法の特徴としては、次の3点に整理される（渡辺2016, 198-200頁）。1点目は総合性である。中心市街地の活性化が単に商店街だけの活性化ということではなく、地域の活性化として捉えられている。つまり、中心市街地におけるさまざまな機能との関連の中で捉えることから、それを実施する体制も11省庁の共同管轄になるのである。2点目は支援対象があくまでも地域における商業機能を対象としており、今いる商業者を無限定に支援するというものではない。3点目は地方分権化であり、中活法の支援は市町村による基本計画を作成するところから始まり、それは自治体における主体的な取り組みが必要であることを意味する。

中活法では、中心市街地をショッピングセンターのように一体的に管理するタウンマネジメントの考え方が重視された。中心市街地は商業だけでなく住民や企業など多様な関係者がいるため、まちづくりを推進するには構想や目標に関する合意形成を図り、それを実施するための連携関係を構築する必要がある。そして、これら企画調整と事業実施の役割を期待されたのがタウンマネジメントオーガニゼーション（以下、TMO）であった。

市町村が作成した基本計画をもとにしてTMO構想・TMO計画が作成され、認定されるところから支援が始まる。自治体側もさまざま手厚い支援を得ることができることを認識していたことから、この補助金を活用しようと競うように基本計画を作成しTMOの立ち上げを図った（通商産業政策史編纂委員会2011, 267-268頁）。

しかし、実際のところ改正前の2006年2月時点で基本計画は683地区（624市町村等）にのぼるが、TMO構想をまとめて市町村等に認定されたTMOは405か所にとどまる。さらに、そこから経済産業大臣に認定を受けたTMO計画となると225となり、段階をふむほど減少していることがわかる（図2）。

多くの自治体でTMOの運営費の課題が指摘されており、TMOを維持・運営する目途が立たず正

12) 例えば、原田（2008）、根田編（2016）などを参照。

流通政策における商業まちづくり政策の位置づけ

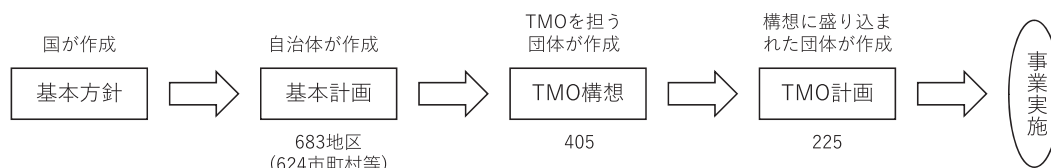


図2 中活法の事業実施までのフローと運用実態

注：数値は2006年2月15日時点（渡辺2016，202-203頁）

出所：筆者作成

式なTMOを認定する段階のTMO構想作成に踏み切れないということがあった。そのため、多くの地域では商工会議所・商工会といった既存組織を母体にしてTMOを立ち上げるといった対応がとられた。

また、TMOの企画調整能力についての課題があげられる。本来、中心市街地活性化の事業を実施するには、商店街や民間企業、地域住民など多くの主体の合意を形成する必要があり高い企画調整能力が求められるが、資金的理由など消極的な理由でやむなくTMOの母体になったようなところでは、適切な能力を有していないこともみられた。さらに、そのような企画調整能力が不足したTMOが陥りやすいのは、施設整備さえすれば活性化するという安易な考えによって、より大きな問題をもたらしてしまうことである。中活法の手厚い援助があるだけに、身の丈に合わないハコモノが整備できてしまう。しかし、結局はその後の運営で赤字が続きTMOが破綻するといったケースまで出るようになっていた（通商産業政策史編纂委員会2011，269-270頁）。

以上、中活法の運用実態として肝心のTMOが当初想定されていたような運営が行われていなかったことがわかる。もちろん、すべてのTMOが失敗したわけではない。また、先に確認したように、改正都市計画法での郊外規制が機能せず大型店の郊外立地に歯止めがきかなかったという外部要因も無視できない。しかし、それを考慮しても中活法が想定したTMOによるタウンマネジメントがねらい通りに運営できていたとはいえないのが実態であった。

（2）中心市街地活性化法の改正

中活法が期待したような結果を生み出せないのは、計画の作成やその運用に関する総合的な問題と事業実施に関する個々の問題があるとされる（横内2005，5頁，通商産業政策史編纂委員会2011，267-275頁）。

前者は、中活法の施行初期に基本計画を出した多くの自治体が、十分な議論を尽くした計画を作成できなかったことである。それどころか、それら自治体ですでに存在していた事業計画案を各部局から寄せ集めたものに過ぎないものもあった。そういった基本計画は、作成の段階で事前の現状分析や事業効果についての予測が不十分であり、明確な数値目標が示されないような場合も多い。また事後的に事業を評価したり、状況に応じて柔軟に見直したりするといった仕組みも確立されていなかった。つまり、作成プロセスが不十分であったような基本計画は、先にも述べたように、必要な能力に欠けたTMOを生み出すことが多くなり、適切な企画調整や事業実施ができない結果をもたらした。そう

した根本的な問題が、さらに後者の問題につながっていくことになる。

まず、市町村が基本計画を作成することだけで終わってしまい、その後のフォローや関与が少なくなる。実際、行政が作成した基本計画を実現するために積極的に取組んでいる地区は非常に少数であり、それが成果につながっているのはさらに少数であったという調査結果もある。TMOに関する問題では、本来、中心市街地の活性化は商業だけでなく住宅や福祉など総合的な観点からまちづくりが行われるべきであるが、実際にはTMOの役割が商業の活性化に偏っていたきらいがある。またTMOの運営費、とりわけ人件費の不足が指摘されており、専任スタッフを置くことができないという問題があった。そのことはリーダー的存在や専門的な人材の不足をもたらした。

多くのTMOが商工会議所などの既存組織を母体にしたが、まちづくりを行う十分な能力が備わっていない場合もあった。特に、商工会議所を構成する会員には、まちの中心部以外の郊外に利害をもっている会員もいる。そうした場合、まちづくりとして中心市街地に集中的に資源を投入することが、郊外部の会員と利害対立を生み出すこともあった。その結果、合意形成に時間がかかりTMOとしての意思決定に影響を及ぼすという問題をもたらしていた。

そもそも中心市街地の活性化には総合的な取組みが必要であり、そのためには商業者だけでなく、地域住民や行政など多様な主体の連携が必要となる。しかし、多くの商業者が後継者不足などで意欲が減退し、結果、取組みに消極的になるなど、事業実施のためのコンセンサスが簡単ではなかった。以上のような複合的な要因が複雑に絡まりTMOは機能不全に陥り、当初期待された結果をもたらすことができなかったのである。

機能不全に陥っていた中活法は2006年に抜本的な改正が行われることになる（渡辺2016、238-242頁）。名称も「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」から「中心市街地の活性化に関する法律」に変更された。名称に「商業」の文字がなくなっているように、経済産業省よりも国土交通省の政策的色彩が強くなっており、まちづくりの意味合いが強調されている。

もっとも大きな変更は、TMOに関する規定がなくなったことだろう。従来はTMOが商業活性化の企画調整を担う組織として位置づけられていたが、改正では総合的なまちづくりを一体的に推進する組織として中心市街地活性化協議会（以下、協議会）が設けられた。TMOはこの組織を構成するまちづくり会社の1つになり、協議会が全体をコーディネートする中心的な存在となった。ただし、単にTMOが協議会に看板が変わっただけでは意味がない。実効あるものとするために、国や自治体による施策の策定や実施に対する責務規定が新設された。また事業者も、それに協力するように努めることが責務として規定された。

市町村が作成する基本計画も、従来は主務大臣と都道府県へ写しを送付するのみだったが、今回の改正では内閣総理大臣による認定制度に変わった。さらに、自治体の基本計画の前提となる基本方針の作成や省庁間にまたがる支援措置の総合調整、事業実施状況のモニタリングを行うために、中心市街地活性化本部が内閣に設置された。改正中活法で支援を受ける場合は、改正前に基本計画やTMO構想・TMO計画が策定されていても、新しい基本方針に沿って基本計画を作成し認定を受ける必要がある。

従来と比べて、明らかに国や自治体の関わり度合を高めていることがわかる。しかし、国や自治体のかかわりを高めたといっても、それは従来型の総花的に支援をばらまくものではなく選択と集中に基づいて、国が認定した基本計画に沿った意欲的な中心市街地の取組みに対して重点的に支援をしようとするものである。また、活性化について数値目標を設定したことも特徴としてあげられる。これは途中経過についても定期的にフォローアップできる形で設定されていることから、目標とずれなどが生じた場合の改善対応ができることが意識されたものとなっている¹³⁾。

第5節 おわりに

以上、流通政策の系譜を商業まちづくりという視点から捉えなおし、また、まちづくり3法の成立から運用実態、そして改正までの流れをながめてきた。もともと流通政策にはまちづくりという視点は含まれておらず、生産から消費までの効率的な流通を実現するという経済的効率性を追求することであった。それは、むしろ機能としての「流通」のみを対象としていたということができる。しかし、建設省の所管ではあるが都市の不燃化への動きが、結果として物的な側面から商業を捉えることの源流となり、その後の商業近代化地域計画事業が商業と地域を関連させて捉える初めての流通政策となった。また80年代のビジョンにおいて商業のコミュニティ機能が明示され、流通政策における地域と関連した視点を決定づけることになり、2000年以降のまちづくり3法の確立となる。

しかし、まちづくり3法の実際の運用では、それぞれが補完するのではなく矛盾しているかのような実態がみられ、むしろ郊外化や都市のスプロール化が進んでしまった。そうした中で、2006年の3法改正において郊外の立地規制を厳格化し、中心市街地も商業の活性化ではなくまち全体としての総合的な枠組みが強調されるようになった¹⁴⁾。

商業まちづくり政策は1990年代の規制緩和以降、経済的規制に対する社会的規制、また経済的効率性に対する社会的有効性といった新たな価値軸として注目されてきた。社会的規制・社会的有効性において目的とされるのは、一企業や商業だけの利益ではなく公共の利益を実現することである。

すなわち、商業まちづくり政策以前の調整政策は競争を調整することであり、そのステークホルダーは競争関係にある主体の範囲だけであった。ところが、商業まちづくり政策以降は公共性としてのまちづくりが基準となって調整される。そこでは、まちづくりに関係する主体がステークホルダーとなり、より広い公共的な範囲での社会的調整が行われるということである。都市には不可逆的な性質があることから、まちづくりに関して長期的視点をもつことが重要になる。

商業まちづくり政策とは、伝統的な流通政策とは異なる体系である。すなわち、第1に流通政策に外部性の視点を導入していること、第2に実体としての店舗により形成されている街並みといった物的側面を対象としていること、第3にそれはハードの側面をあらためて重視することであるが、それ

13) なお、中活法は2014年にも改正されており、これはコンパクトシティ実現にむけて民間投資を促進して中心市街地の活性化を図ることを目的としたものとなっている（渡辺2016）。

14) 一方で2009年には、あらためて商店街をコミュニティの担い手という観点で捉えた地域商店街活性化法が制定された。同法の運用やその成果などを分析した研究については、例えば新島（2018）を参照。

は旧態依然としたハコモノをつくるということではなく、それに伴うソフト面との連動的な関係を包含しているということである。

参考文献

- 荒木俊之（2005）『『まちづくり』3 法成立後のまちづくりの展開』『経済地理学年報』第51巻第1号。
- 石井淳蔵（1996）『商人家族と市場社会：もう1つの消費社会論』有斐閣。
- 石原武政（1994）「規制緩和と流通論の課題」『慶應経営論集』第12巻第2号。
- 石原武政（2006）『小売業の外部性とまちづくり』有斐閣。
- 石原武政（2011）「地域商業政策の系譜」『商学論究』第58巻第2号。
- 石原武政・石井淳蔵（1992）『街づくりのマーケティング』日本経済新聞出版社。
- 石原武政・西村幸夫編（2010）『まちづくりを学ぶ、地域再生の見取り図』有斐閣。
- 石原武政・渡辺達朗編（2018）『小売業起点のまちづくり』碩学舎。
- 田島義博（1982）「小売商業調整政策」久保村隆祐・田島義博・森宏『流通政策』中央経済社。
- 大驛潤（2019）『流通政策の理路』千倉書房。
- 高室裕史（2019）「小売商業政策における振興・調整政策体系の形成過程」『甲南経営研究』第60巻第1・2号。
- 中小企業庁（2003）『TMOのあり方について（TMOのあり方懇談会）』https://warp.da.ndl.go.jp/info.ndljp/pid/235423/www.chusho.meti.go.jp/shogyo/download/0919tmo_hokoku.pdf, 最終閲覧日, 2022年12月15日。
- 通商産業政策史編纂委員会編（石原武政編著）（2011）『通商産業政策史4 商務流通政策1980-2000』財団法人経済産業調査会。
- 新島裕基（2018）『地域商業と外部主体の連携による商業まちづくりに関する研究：コミュニティ・ガバナンスの観点から』専修大学出版局。
- 新島裕基・松田温郎・濱満久・渡邊孝一郎（2016）「地域商業活性化型および中心市街地活性化型（1）」『山口経済雑誌』第65巻第3・4号。
- 新島裕基・松田温郎・濱満久・渡邊孝一郎（2017）「地域商業活性化型および中心市街地活性化型（2）」『山口経済雑誌』第65巻第6号。
- 根田克彦編（2016）『まちづくりのための中心市街地活性化：イギリスと日本の実証研究』古今書院。
- 初田香成（2011）『都市の戦後』東京大学出版会。
- 原田英生（2008）『アメリカの大型店問題—小売業をめぐる公的制度和市場主義幻想』有斐閣。
- 横内律子（2006）「まちづくり3法の見直し，中心市街地の活性化に向けて」『調査と情報—Issue Brief—』（国立国会図書館）第513号。
- 渡辺俊一・杉崎和久・伊藤若菜・小泉秀樹（1997）「用語『まちづくり』に関する文献研究（1945～1959）」『都市計画論文集』第32号。
- 渡辺達朗（2014）『商業まちづくり政策』有斐閣。
- 渡辺達朗（2016）『流通政策入門 [第4版]』中央経済社。
- 渡辺達朗（2018）「沼津アーケード名店街の建設から再開発までの経緯と展望，防火建築帯としての店舗併用共同住宅からライフスタイルセンターへ」『専修商学論集』第106号。